

тянутого во времени формирования негативного образа полицейского в глазах населения. Было сконструировано общественное сознание по созданию эффективного инструмента для достижения технологии «ненасильственного» захвата власти.

Представление населения об образе милиционера, как безнравственного алкоголика-правонарушителя, в необходимый момент обеспечит запуск информационных атак на милицию под типичным лозунгом цветных революций «милиция – наш враг». Согласно этому стереотипу сотрудники милиции являются врагами народа. Соответственно, носители дискредитирующего стереотипа считают правильным поддержать любые выступления против государства и сотрудников правоохранительных органов. Задача такого стереотипа понятна: чем слабее власть, тем меньшей поддержкой общественности она пользуется, тем легче заинтересованным лицам достичь своей цели.

Защита чести, достоинства и деловой репутации сотрудников и подразделений МВД Республики Беларусь является сегодня одним из наиболее важных направлений работы МВД. Изменившаяся политическая и социокультурная ситуация в нашей стране в последние годы привела к переменам в области имиджа сотрудника милиции: от силового с порой неограниченной властью к образу добросовестного стража закона, справедливого и порядочного человека, интеллигента в своей профессии.

Правовое обеспечение безопасности сотрудника ОВД и государства традиционно носит системный характер и является достаточно полным. Вместе с тем действующие законодательные акты, ведомственные нормативные документы ориентированы в первую очередь на традиционные способы и методы информационного противоборства.

Деятельность по снижению вышеописанных угроз необходимо построить в нескольких направлениях. К ним относятся: закрепление политики в области поддержания достойного имиджа сотрудников милиции на государственном уровне; совершенствование законодательства в области медиапространства, усиление ответственности за распространение несоответствующей действительности информации, «фейковых» новостей; разработка методик по выявлению длительного по времени взаимодействия на внутреннее сознание; разработка и внедрение ведомственного нормативного акта с выработанным алгоритмом действий по минимизации последствий информационного «вброса».

УДК 351.74

И.В. Ермолинский

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СОТРУДНИКОВ И ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

Сегодня термин «имидж» прочно вошел в современную лексику, а его положительное формирование является одной из приоритетных задач, решаемых государственными органами Республики Беларусь.

Так, в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 13 сентября 2006 г. № 570 (ред. от 25.07.2013) «О создании Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь» разработкой стратегий и технологий формирования имиджа политиков Республики Беларусь занимается Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь.

Подготовка и проведение информационных мероприятий по формированию положительного имиджа государственного органа осуществляется на основании Указа Президента Республики Беларусь от 6 февраля 2009 г. № 65 «О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации» силами пресс-секретаря или ответственного за работу со средствами массовой информации соответствующего руководителя структурного подразделения государственного органа.

Хотя многочисленными авторами трактовка термина «имидж» осуществляется по-разному, в каждом варианте определения данного понятия закрепляется положение о том, что имидж – это всегда формируемый образ о ком-либо или о чем-либо.

Имидж физического лица – сформированный набор определенных качеств, отождествляемых людьми с данным лицом (его персональные характеристики, нормы и ценности, которых данное лицо придерживается и т. п.).

Имидж организации – это также ряд требований, предъявляемых к формированию ее образа (узнаваемость, конкретность, запоминаемость и т. п.). Одним из основных требований сегодня является требование, касающееся формирования в общественном сознании положительного имиджа организации, являющейся по своей сути формой объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры.

С целью формирования в общественном сознании положительного имиджа ОВД МВД Республики Беларусь ранее был принят ряд ведомственных правовых актов, регламентирующих данный вопрос: Инструкция о порядке организации идеологической работы в ОВД Республики Беларусь, утвержденная приказом МВД Республики Беларусь от 29 октября 2014 г. № 370; распоряжение МВД Республики Беларусь от 19 мая 2016 г. № 32 «О дополнительных мерах по формированию положительного имиджа сотрудников органов внутренних дел и военнослужащих внутренних войск Министерства внутренних дел Республики Беларусь» и др.

В соответствии с указанными правовыми актами формирование в общественном сознании положительного имиджа сотрудников – задачи подразделений информации и общественных связей, внештатных корреспондентских пунктов и идеологических аппаратов ОВД во взаимодействии со СМИ.

Сегодня вопросы формирования положительного имиджа сотрудника ОВД, уважительного отношения к деятельности ОВД нашли закрепление в Инструкции о порядке организации идеологической работы в органах внутренних дел Республики Беларусь, утвержденной приказом МВД Республики Беларусь от 30 ноября 2018 г. № 333 «Об организации идеологической работы в органах внутренних дел Республики Беларусь» и вступающей в силу с 1 января 2019 г.

Анализ норм вышеприведенных правовых актов свидетельствует о формировании положительного имиджа ОВД через формирование в общественном сознании положительного имиджа сотрудников данных органов.

Основой для формирования положительного имиджа сотрудников является соответствие их тем имиджевым требованиям, которые предъявляются обществом к сотрудникам и непосредственно касаются их личностных качеств: честности, мужества, бдительности при исполнении служебного долга и др.

При этом полагается, что соответствие сотрудников предъявляемым к ним имиджевым требованиям формирует в общественном сознании не только их положительный имидж, но и положительный имидж ОВД как таковых.

Кроме того, анализируя приведенные правовые акты, можно констатировать, что деятельность тех, кто профессионально занимается формированием положительного имиджа сотрудников ОВД и, как следствие, – ОВД, имеет внешнюю направленность – население Республики Беларусь и международная общественность.

Например, в 2016 г., по мнению большинства респондентов (62 %), основным фактором, от которого зависит уровень доверия граждан правоохранительным и контролирующим органам, судам, являются личностные качества их сотрудников (ответственность, профессионализм, честность, умение работать с людьми и т. д.).

Вместе с тем формирование в полной мере положительного имиджа сотрудников ОВД на внешнем контуре не представляется возможным без сложившегося внутреннего имиджа, основывающегося на понимании каждым сотрудником своей сопричастности к формированию в целом положительного имиджа сотрудников и ОВД. Работа по данному направлению деятельности не должна сводиться лишь к проведению субъектами идеологической работы мероприятий, касающихся недопущения нарушения сотрудниками служебной дисциплины и проявления негативных социальных явлений в служебных коллективах. В первоочередном порядке такая работа должна культивировать в сознании самих сотрудников позитивный дух восприятия ими своей принадлежности к ОВД, а также их неразрывной связи с данными органами.

Основанием для проведения подобной работы должны послужить правовые нормы, вступающей в силу с 1 января 2019 г. новой Инструкции о порядке организации идеологической работы в ОВД, а идеологическим посылом при ее проведении может стать девиз, сформулированный по названию республиканской акции МВД Республики Беларусь, «Семья! Служим вместе!».

Таким образом, основой положительного имиджа ОВД является сформированный положительный имидж сотрудников как внешний, так и личностный, где в качестве основы для его формирования может рассматриваться идея семейственности.

УДК 159.9

А.Г. Зенкевич

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ С КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ НА ДОЛЖНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Эффективность психосоциальной адаптации к условиям той или иной деятельности во многом зависит от степени соответствия социально-психологических качеств личности конкретного человека модели руководителя в учреждении (организации). В свою очередь, в модели руководителя значимое место занимают квалификационные требования. По сути, именно они кладутся в основу требований к общеобразовательной и профессиональной подготовке, индивидуальным социально-психологическим качествам, набору психодиагностических методик для определения профессиональной пригодности руководителей и т. д., а следовательно, и в фундамент всей деятельности по обеспечению эффективной адаптации молодых сотрудников к социуму и условиям труда.

Кадровая работа по формированию резерва на выдвижение предполагает в первую очередь подбор достойных кандидатов на вышестоящие должности, которые могли бы быстро адаптироваться к требованиям новой должности и выполнять свои обязанности на высоком профессиональном уровне. Центральным элементом при этом является процедура оценки работников. Само понятие оценки является многоплановым и всеохватывающим: оценка необходима человеку для организации почти любого акта взаимодействия с предметным миром, с другими людьми, с обществом. В силу распространенности феномена оценки она является предметом исследования не только в психологии, но и в других науках. Однако как научный термин «оценка» до сих пор не имеет официального определения (отсутствует в словарях и энциклопедиях, хотя другие термины в них определяются через оценку как родовое понятие, например «самооценка»).

В нашей стране исследования по оценке кадров начались с конца 60-х гг. прошлого столетия, и они опирались на коэффицентную систему оценки. Позже получили признание другие подходы к оценке кадров, в частности комплексный подход, позволяющий использовать системы взаимозависимых и взаимодополняющих социальных, социально-психологических и личностных показателей.

Психологическую подготовку руководителей следует рассматривать как систематизированный набор психологических знаний, специально отобранных и адаптированных к нуждам управленческой деятельности. Теоретической основой психологической подготовки выступают знания из психологии профессиональной деятельности, психологии управления, психологии труда и различных прикладных областей психологии.

Эти составляющие предполагают формирование у кандидата на замещение вышестоящей должности субъективного отношения, оценки значимости всех видов проделанной работы для успеха в их управленческой деятельности. Более высокий системный уровень подготовки достигается только в том случае, когда все действия руководителя организуются в соответствии с логикой их непосредственной деятельности, имеют четкую мотивационную структуру.